



Ragam Bahasa Perdagangan Daring Pada Tiktok Live Produk Pakaian Wanita (Kajian Sociolinguistik)

Sasa Indri Wahyuni¹, Asep Muhyidin², Odien Rosidin³

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa¹²³

Abstrak

Received: 07 July 2025
Revised: 16 July 2025
Accepted: 23 July 2025

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan bentuk dan faktor ragam bahasa di TikTok Live dalam percakapan pedagang dan pembeli. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan data. Pengumpulan data dilakukan dengan metode simak dengan teknik dasar sadap dan teknik lanjutan simak bebas libat cakap, teknik rekam, dan teknik penyidik. Teknik analisis data melalui pilah unsur penentu (PUP) dan teknik kontekstual sebagai teknik lanjutan. Data dianalisis sesuai dengan konteksnya dengan menggunakan komponen tutur SPEAKING. Hasil dari penelitian ini terdapat 32 bentuk ragam bahasa yang terjadi di TikTok Live yaitu (1) bentuk kata akronim sebanyak 15 data dan (2) bentuk kata pengulangan sebanyak 17 data. Faktor-faktor yang mempengaruhi ragam bahasa dalam penelitian ini adalah faktor waktu, faktor tempat, faktor sosiokultural, faktor situasi, faktor medium pengungkapan, dan faktor usia dan gender.

Kata Kunci: Ragam Bahasa, Pedagang dan Pembeli, TikTok Live.

(*) Corresponding Author:

2222200092@untirta.ac.id,
odienrosidin@untirta.ac.id

222muhyidin21@untirta.ac.id

How to Cite: Wahyuni, S., Muhyidin, A., & Rosidin, O. (2025). Ragam Bahasa Perdagangan Daring Pada Tiktok Live Produk Pakaian Wanita (Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(8.D), 158-172. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11200>.

PENDAHULUAN

Ragam bahasa ialah suatu variasi bahasa yang dapat terjadi di dalam kehidupan manusia dengan berdasarkan konteksnya. Hal ini dapat mengakibatkan perbedaan pemakaian ragam bahasa. Menurut Chaer dan Agustina (2021:61) terjadinya ragam bahasa disebabkan adanya interaksi yang dilakukan sangat beragam. Keberagaman akan terus bertambah jika bahasa itu digunakan oleh penutur yang sangat banyak. Ragam bahasa yang ada di masyarakat tentu tidak terlepas dari peristiwa tutur yang terjadi.

Ragam bahasa penting untuk memahami cara berinteraksi yang unik dalam kelompoknya. Dengan menggunakan ragam bahasa yang sesuai dengan konteks komunikasi, tuturan dapat disampaikan secara jelas dan dipahami dengan baik oleh pendengar. Ragam bahasa digunakan untuk membawa rasa keakraban dalam komunikasi secara lisan dengan situasi nonformal sehingga dapat menghindari kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Ragam bahasa dapat mencerminkan pengaruh sosial budaya yang ada di dalam masyarakat. Ragam bahasa memiliki karakteristik dan kegunaan tertentu yang membedakannya dari ragam bahasa lainnya. Ragam bahasa membantu menyampaikan informasi secara jelas sehingga cenderung lebih spesifik seperti halnya, tuturan ragam bahasa perdagangan daring.

Perdagangan daring melibatkan interaksi jual beli menggunakan media aplikasi. Umumnya pedagang daring menggunakan bahasa informal dan tidak berkaitan dengan norma tertentu. Oleh sebab itu, memudahkan pedagang untuk menjual barang dagangannya di berbagai aplikasi salah satunya TikTok Live yang merupakan fitur dari aplikasi TikTok yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia yang menampilkan sebuah video. Aplikasi ini dibuat oleh seorang Tiongkok, yaitu Zhang Yiming. Kelebihan aplikasi ini ringan digunakan

perangkat telepon pintar. Di dalam aplikasi TikTok, fitur Live digunakan pedagang untuk memasarkan berbagai macam produk yang dipasarkan, salah satunya produk pakaian wanita.

Produk pakaian wanita memainkan peran penting dalam membentuk opini dan tren mode sehingga dapat memahami istilah yang sedang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Pemilihan ragam bahasa yang digunakan dalam interaksi perdagangan daring TikTok Live jarang ditemukan penggunaannya oleh kelompok lain. Contoh ragam bahasa yang digunakan dalam perdagangan daring TikTok Live, yaitu kata “gercep”. Kata “gercep” digunakan dalam perdagangan daring. Istilah ini menjadi tren di kalangan produk pakaian wanita. “gercep” merupakan akronim dari “gerak cepat”, yang merupakan salah satu ragam bahasa yang sering digunakan dalam produk pakaian wanita. Adapun contoh lain, yaitu kata “Mantul” sering digunakan di kalangan perdagangan TikTok Live. Kata “Mantul” merupakan akronim dari “Mantap betul”.

Berikut ini dijelaskan contoh yang ditemukan oleh penulis saat melakukan pengamatan pada tuturan TikTok Live yang menunjukkan ragam bahasa dalam interaksi perdagangan daring TikTok Live produk pakaian wanita.

(1) Pedagang : “Ayo sayang celananya di cekout sekarang gratis **ongkir**”

Data tuturan [1] di atas merupakan ragam bahasa yang dituturkan oleh pedagang TikTok Live, yaitu “ongkir”. Kata “ongkir” merupakan singkatan dari kata “ongkos kirim” yang memiliki maksud untuk memberitahu para penonton TikTok Live bahwa celana tersebut memiliki gratis ongkos kirim

(2) Pedagang : “**Kakak-kakak** cantik jangan lupa dimasukin keranjang kuning”

Data tuturan [2] di atas merupakan ragam bahasa yang dituturkan oleh pedagang TikTok Live, yaitu kata “Kakak-kakak” yang merupakan pengulangan kata dalam tuturan yang diucapkan oleh pedagang di TikTok Live dengan maksud untuk menawarkan para penonton untuk memasukan produk yang sedang ditawarkan ke dalam keranjang kuning.

Penelitian yang terkait di penggunaan ragam bahasa dalam perdagangan telah dilakukan oleh peneliti lain Febrianti (2019) melakukan penelitian berjudul “Ragam Bahasa Pedagang Keliling di Desa Paciran Kabupaten Lamongan”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya empat bentuk ragam bahasa, yakni (1) ragam bahasa dari segi penutur, yaitu: 1) idiolek; 2) dialek; (2) ragam bahasa dari segi pemakaian, yakni ragam bahasa perdagangan. (3) ragam bahasa dari segi keformalan, antara lain: a) ragam usaha. b) ragam santai. c) ragam akrab. (4) ragam bahasa dari segi sarana, yakni ragam bahasa lisan. Selanjutnya, ditemukan fungsi ragam bahasa, yakni (1) bahasa sebagai alat untuk mengekspresikan diri. (2) bahasa sebagai alat komunikasi. (3) bahasa sebagai alat untuk integrasi dan adaptasi sosial. (4) bahasa sebagai alat kontrol sosial. Kekurangan penelitian ini tidak menyebutkan faktor penyebab terjadinya ragam bahasa. Penelitian ini memberikan kontribusi mengenai gambaran bentuk dan fungsi ragam bahasa serta gambaran dalam menggunakan metode penelitiannya.

Rusmawati (2015) melakukan penelitian berjudul “Kajian Sociolinguistik Penggunaan Ragam Bahasa dalam Tuturan Lisan Antara Pedagang dan Pembeli dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Pandeglang dan Rencana Pelaksana Pembelajaran (RRP) Menyimak di Kelas X SMA”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya 21 jenis ragam bahasa dalam bentuk ragam

bahasa sosiolek berdasarkan usia dan ragam bahasa kolokial. Kekurangan penelitian ini, yaitu kurangnya data yang ditemukan sehingga referensi bagi pembaca menjadi sedikit. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pembahasan materi mengenai ragam bahasa.

Darmianti (2017) melakukan penelitian berjudul “Ragam Bahasa Pedagang Pasar Mare Kabupaten Bone”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya empat ragam bahasa yang terjadi di pasar yaitu ragam sosial, ragam dialek, ragam santai, dan ragam usaha. Kelemahan penelitian ini, yaitu bagian hasil penelitian terlalu singkat sehingga dalam mendeskripsikan hasilnya tidak mendalam.

Berdasarkan tinjauan tersebut, Penelitian mengenai ragam bahasa sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti terdahulu. Akan tetapi, penelitian mengenai ragam bahasa yang berkaitan dengan perdagangan daring sejauh pengamatan penulis belum pernah dilakukan. Oleh karena itu, peneliti ini akan mengungkap penggunaan ragam bahasa pada pedagang daring di TikTok Live.

Berdasarkan latar belakang dan kajian relevan yang telah dipaparkan, kebaruan dalam penelitian ini, yaitu membahas mengenai bentuk dan faktor ragam bahasa dalam percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live berfokus pada aspek sosiolinguistik. Selain itu, penelitian ini juga memiliki kebaruan dalam hal sumber data yang digunakan sehingga menghasilkan temuan yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dijadikan kajian yang relevan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Djajasudarma (2010:11) mengungkapkan bahwa metode kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa data tertulis atau lisan di masyarakat. Berkenaan dengan pernyataan di atas, penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Melalui metode ini, peneliti mendeskripsikan data bentuk dan faktor ragam bahasa yang terdapat pada percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak dengan teknik dasar sadap dan teknik lanjutan simak bebas libat cakap, teknik rekam, dan teknik catat. Mahsun (2017:92) mengatakan bahwa teknik sadap disebut sebagai teknik dasar dalam metode simak karena pada hakikatnya penyimakan diwujudkan dengan penyadapan. Dalam upaya untuk mendapatkan data dilakukan dengan menyadap penggunaan bahasa seseorang yang berkaitan dengan penggunaan bahasa baik secara lisan maupun tertulis. Sekait hal itu, teknik sadap dalam penelitian ini digunakan untuk menyadap peristiwa tutur yang terjadi dalam percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live.

Teknik lanjutan yang digunakan, yaitu teknik simak bebas libat cakap. Mahsun (2017:92) menyatakan bahwa teknik simak bebas libat cakap, maksudnya si peneliti hanya berperan sebagai pengamat penggunaan bahasa tanpa terlibat langsung dalam informan. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengamati tuturan oleh pedagang dan pembeli di TikTok Live tanpa perlu berperan atau berhadapan langsung dalam pembicaraanya.

Teknik lanjutan selanjutnya, yaitu teknik rekam. Surdayanto (2015:205) teknik rekam digunakan untuk memperoleh data agar yang diperoleh lebih akurat dan sebagai dokumen pendukung untuk pengumpulan data. Dengan demikian, dalam penelitian ini dilakukan kegiatan merekam tanpa sepengetahuan pedagang dan pembeli sebagai sumber data penelitian. Peneliti menggunakan teknik rekam pada percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live dengan menggunakan gawai Iphone 11.

Selanjutnya, yaitu teknik catat. Teknik catat merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencatat beberapa hal yang relevan terkait dengan ragam bahasa. Pencatatan dilakukan melalui kartu data yang dilakukan melalui kartu data yang dilanjutkan dengan proses klasifikasi. Berkenaan dengan hal tersebut, Mahsun (2017:93) mengatakan bahwa teknik catat ini digunakan untuk mencatat beberapa bentuk yang relevan bagi penelitian dari penggunaan bahasa yang dilakukan secara tertulis. Sementara itu, Surdayanto (2015:205) teknik catat dapat dipergunakan langsung ketika teknik pertama dan kedua selesai digunakan atau sudah dilakukannya perekaman. Adapun pada penelitian ini, peneliti mencatat data dengan menggunakan kartu pencatatan pada kertas yang dapat memudahkan pembacaan data. Bentuk kartu data yang digunakan sebagai alat untuk mencatat sebagai berikut.

Tabel 1
Bentuk Kartu Data

<u>Nomor Kartu Data:</u>
<u>Kode Data:</u>
<u>Data :</u>
<u>Percakapan:</u>
<u>Konteks Data:</u>

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode padan dengan teknik dasar Pilah Unsur Penentu (PUP) dan teknik lanjutan teknik kontekstual. Berkenaan metode padan, Sudaryanto (2015:15) menyatakan, “Metode padan, alat penentunya di luar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa (*langue*) yang bersangkutan.” Metode padan referensial ini digunakan untuk menganalisis bentuk dan faktor ragam bahasa pada percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live. Selanjutnya, metode padan dilakukan dengan menggunakan teknik dasar dan teknik lanjutan.

Berkaitan dengan hal itu, teknik dasar dalam penelitian ini adalah teknik pilah unsur penentu (PUP). Sudaryanto (2015:26) mengatakan bahwa dalam membagi satuan lingual kata menjadi berbagai jenis, maka perbedaan referen atau sosok-teracu yang dituju kata itu harus diketahui terlebih dahulu. Adapun alatnya ialah daya pilah yang bersifat mental yang dimiliki oleh penelitiannya.” Alat penentunya adalah daya pilah referensial yang berupa komponen-komponen tutur yang dirumuskan oleh Dell Hymes, yaitu *SPEAKING*. Pada penelitian ini,

teknik dasar Pilah Unsur Penentu (PUP) digunakan untuk menentukan data ragam bahasa dalam percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live.

Selanjutnya, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kontekstual. Rahardi (2009:16) menyatakan bahwa metode analisis kontekstual adalah langkah analisis yang digunakan pada data dengan mendasarkan, memperhitungkan, dan mengaitkan identitas pada konteks yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data merupakan tahapan yang paling penting dalam sebuah penelitian. Pada tahap ini disajikan bentuk dan faktor ragam bahasa yang dituturkan oleh pedagang dan pembeli di TikTok Live. Temuan bentuk ragam bahasa diklasifikasikan menjadi dua, yakni kata akronim, dan kata pengulangan. Sementara itu, berdasarkan faktornya terbagi menjadi lima, yakni waktu, (2) tempat, sosiokultural, situasi, medium pengungkapan, dan faktor usia dan gender.

Berkenaan dengan hal itu, perlu metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode analisis kontekstual, yaitu cara-cara analisis yang diterapkan pada data penelitian dengan mendasarkan, memperhitungkan, dan mengaitkan identitas konteks-konteks yang ada.

Analisis Data Bentuk Ragam Bahasa

Dalam melakukan penelitian, analisis data merupakan langkah yang paling menentukan hasil dengan menguraikan bagian-bagian dari masalah yang terdapat dalam data. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kontekstual, yaitu cara-cara analisis yang diterapkan pada data penelitian dengan mendasarkan, memperhitungkan, dan mengaitkan identitas konteks-konteks yang ada.

Berikut ini diuraikan analisis 33 data bentuk ragam bahasa yang diklasifikasikan sebagai berikut: (a) bentuk kata akronim sebanyak 15 data, dan (b) bentuk kata pengulangan sebanyak 17 data.

1) Analisis Data Bentuk Kata Akronim

Dalam melakukan penelitian, analisis data merupakan langkah yang paling menentukan hasil dengan menguraikan bagian-bagian dari masalah yang terdapat dalam data. Berikut ini diuraikan analisis bentuk ragam bahasa kata akronim yang diklasifikasikan sebagai berikut.

Nomor Kartu Data: 1
Kode Data : D1-P1-B.A
Data : Gercep
Percakapan : Pembeli : “Kak spill mau cekout” Pedagang : “Kita bantu spill kak lengah dikit bakal wasalam ya ini pada gercep beb” [1]
Konteks Data: S: Dalam aplikasi TikTok Live Pakaian Wanita

P: Partisipan dalam tuturan ini adalah pedagang dan pembeli
E: Maksud tuturan pedagang yang merupakan penutur, yaitu ketika seorang pembeli yang berkomentar agar pedagang memperlihatkan barang dagangannya dengan lebih jelas dan ingin membeli produk yang sedang ditawarkannya melalui TikTok Live. Kemudian, pedagang menjawab akan membantu menunjukkan dagangannya dan memerintahkan untuk cepat-cepat membeli
A: Penutur menyampaikan tuturan kepada petutur dengan tuturan “kita bantu spill kak lengah dikit bakal wasalam ya ini pada gercep beb”
K: Penutur menuturkan dengan suasana santai
I: Tuturan disampaikan secara lisan dengan ragam bahasa tidak resmi
N: Tuturan bernada semangat
G: Percakapan informal

Analisis Data

Pada kartu data (1) di atas, terdapat kata *gercep*. Kata *gercep* secara morfologi merupakan hasil penggabungan akronim dan pemendekan kata. Proses pembentukannya melibatkan pemendekan kata, yaitu kata gerak menjadi “ger”, dan kata cepat menjadi “cep”. Maka penggabungan bagian awal setiap kata menjadi satu kata baru, yaitu kata “gerak cepat” menjadi “gercep”. Di dalam konteks data tersebut, kata *gercep* dapat dikategorikan sebagai ragam bahasa perdagangan karena kata tersebut dapat digunakan dengan situasi santai atau informal dan dapat memberikan kesan yang lebih akrab kepada pembeli sehingga membuat komunikasi antara pedagang dan pembeli terasa lebih personal dan ramah. Kata *gerak* di dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Sugono, 2008:475) memiliki arti ‘dalam waktu singkat dapat mencapai jarak jauh’.

Penggunaan kata *gercep* pada data [1] termasuk ke dalam bentuk kata akronim karena pembentukan kata *gercep* dilalui dengan proses penggabungan suku kata pertama dan suku kata terakhir pada kata kedua dari kata “gerak cepat”. Sejalan dengan analisis tersebut, Mustakim (2019:37) menyatakan bahwa bentuk akronim merupakan proses pemendekan kata yang berupa gabungan huruf awal, gabungan suku kata, ataupun gabungan huruf awal dan suku kata yang diperlakukan sebagai kata. Berdasarkan fungsinya, kata *gercep* digunakan untuk menjelaskan bahwa pedagang memberitahu untuk cepat-cepat membeli barang dagangannya.

Untuk membuktikan kata *gercep* merupakan ragam bahasa bentuk akronim digunakan teknik pilah unsur penentu yang dilakukan dengan memilah data yang termasuk ke dalam bentuk kata akronim dan pengulangan. Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik lanjutan, yaitu teknik kontekstual. Rahardi (2009:16) menyatakan bahwa metode analisis kontekstual adalah langkah analisis yang digunakan pada data dengan mendasarkan, memperhitungkan, dan mengaitkan identitas pada konteks yang ada. Hal itu dapat dibuktikan dengan adanya konteks dari data [1]. Berdasarkan konteksnya, kata *gercep* digunakan ketika seorang pedagang menjawab komentar pembeli yang ingin melihat produk dan membelinya. Pedagang menjawab dengan menunjukkan produk dan memerintah pembeli untuk segera membelinya.

Data

Nomor Kartu Data: 2
Kode Data : D2-P2-B.A
Data : Jakbar
Percakapan: Pembeli : “Kak itu pengiriman dari mana? Satu hari sampe engga ke Balikpapan” Pedagang : “Untuk pengiriman kita dari Jakbar ya kak, kalau ke Balikpapan biasanya 3-4 hari sampai” [2]
Konteks Data: S: Dalam aplikasi TikTok Live pakaian wanita P: Partisipan dalam tuturan ini adalah pedagang dan pembeli E: Maksud tuturan pedagang yang merupakan penutur, yaitu ketika seorang pembeli yang berkomentar untuk bertanya tentang berapa lama pengiriman barang ke Balikpapan dan dari mana pengiriman barang dilakukan melalui TikTok Live. Kemudian, pedagang menjawab bahwa pengirimannya dari Jakbar dan akan sampai ke Balikpapan 3-4 hari. A: Penutur menyampaikan tuturan kepada penutur dengan tuturan “untuk pengiriman kita dari Jakbar ya kak, kalau ke Balikpapan biasanya 3-4 hari sampe” K: Penutur menuturkan dengan suasana santai I: Tuturan disampaikan secara lisan dengan ragam bahasa tidak resmi N: Tuturan bernada santai G: Percakapan informal

Analisis Data

Berdasarkan kartu data (2) di atas, terdapat kata *Jakbar*. Kata *Jakbar* secara morfologi dibentuk dengan cara pemendekan melalui akronimisasi, yaitu penggabungan bagian awal dan dua kata yang membentuk nama wilayah. Proses pembentukannya melibatkan pemotongan bagian awal kata-kata asal yaitu kata *Jak* menjadi “Jakarta”, dan kata *Bar* menjadi “Barat”. Sehingga, penggabungan bagian awal setiap kata menjadi satu kata baru yaitu kata Jakarta Barat menjadi “Jakbar”. Di dalam konteks data tersebut, kata *Jakbar* dapat dikategorikan sebagai ragam bahasa perdagangan karena kata tersebut dapat digunakan dengan situasi santai atau informal dan dapat memberikan kemudahan komunikasi antara pedagang dan pembeli.

Penggunaan kata *Jakbar* pada data [2] termasuk ke dalam bentuk kata akronim karena pembentukan kata *Jakbar* dilalui dengan proses penggabungan suku kata pertama dan suku kata terakhir pada kata kedua dari kata “Jakarta Barat”. Sejalan dengan analisis tersebut, Mustakim (2019:37) menyatakan bahwa bentuk akronim merupakan proses pemendekan kata yang berupa gabungan huruf awal, gabungan suku kata, ataupun gabungan huruf awal dan suku kata yang diperlakukan sebagai kata. Berdasarkan fungsinya, kata *Jakbar* digunakan untuk menjelaskan bahwa pedagang memberitahu wilayah pengiriman.

Untuk membuktikan kata *Jakbar* merupakan ragam bahasa bentuk akronim digunakan teknik pilah unsur penentu yang dilakukan dengan memilah data yang termasuk ke dalam

bentuk kata akronim dan pengulangan. Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik lanjutan, yaitu teknik kontekstual. Rahardi (2009:16) menyatakan bahwa metode analisis kontekstual adalah langkah analisis yang digunakan pada data dengan mendasarkan, memperhitungkan, dan mengaitkan identitas pada konteks yang ada. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya konteks dari data [2]. Berdasarkan konteksnya, kata *jakbar* digunakan ketika seorang pedagang menjawab komentar pembeli yang bertanya mengenai proses pengiriman dilakukan dari mana dan berapa hari proses pengiriman ke Balikpapan. Pedagang memberikan jawaban bahwa pengiriman barang di lakukan dari Jakbar dan proses untuk pengiriman ke Balikpapan memakan waktu 3-4 hari.

2) Analisis Bentuk Kata Pengulangan

Dalam melakukan penelitian, analisis data merupakan langkah yang paling menentukan hasil dengan menguraikan bagian-bagian dari masalah yang terdapat dalam data. Berikut ini diuraikan analisis bentuk kata pengulangan yang diklasifikasikan sebagai berikut.

Nomor Kartu Data: 16
Kode Data : D16-P16-B.P
Data : Garis-Garis
Percakapan : Pembeli : “Itu belang-belang ya Kak” Pedagang : “Iya, garis-garis ya, motif salur-salur begitu dia Beb” [16]
Konteks Data: S: Dalam aplikasi TikTok Live Pakaian Wanita P: Partisipan dalam tuturan ini adalah pedagang dan pembeli E: Maksud tuturan pedagang yang merupakan penutur, yaitu ketika seorang pembeli yang berkomentar untuk bertanya mengenai motif baju yang sedang di tawarkan pedagang melalui TikTok Live. Kemudian, pedagang menjawab bahwa motif baju nya adalah garis-garis atau salur-salur. A: Penutur menyampaikan tuturan kepada petutur dengan tuturan “iya, garis-garis ya, motif salur-salur begitu dia beb” K: Penutur menuturkan dengan suasana santai I: Tuturan disampaikan secara lisan dengan ragam bahasa tidak resmi N: Tuturan bernada santai G: Percakapan informal

Analisis Data

Pada kartu data (16) di atas, terdapat kata *garis-garis*. Kata *garis-garis* secara morfologi dibentuk dengan cara reduplikasi pengulangan kata dasar. Sebuah kata dasar diulang untuk membentuk bentuk baru yang memiliki makna berbeda, seperti memperbanyak atau menekankan suatu sifat. Proses pembentukannya menggunakan penggunaan kata dasar secara penuh. Kata dasar *garis* menjadi “*garis-garis*” menunjukkan banyaknya *garis* atau untuk memberi penekanan pada keberadaan *garis* tersebut di dalam jumlah yang lebih dari satu. Di dalam konteks data tersebut, kata *garis-garis* dapat dikategorikan sebagai ragam

bahasa perdagangan karena istilah ini sering merujuk pada desain atau motif tertentu yang menjadi tren dalam pemilihan produk yang di perdagangan.

Penggunaan kata *garis-garis* pada data [16] termasuk ke dalam ragam bahasa bentuk pengulangan, yaitu dari kata dasar garis yang diulang menjadi kata *garis-garis*. Sejalan dengan analisis tersebut, Mustakim (2019:37) menyatakan bentuk pengulangan pada ragam tulis dibubuhkan dengan tanda hubung di antara unsur yang diulang dan unsur pengulangnya. Adapun makna dari *garis-garis* yang memiliki makna banyak karena kata ulang tersebut terdiri atas bentuk kata dasar garis yang kemudian mendapat pengulangan menjadi *garis-garis* sehingga mengandung banyak makna garis dan arti dari kalimat di atas yaitu pedagang memberitahu bahwa model tersebut memiliki banyak garis-garis yang jumlahnya lebih dari satu atau tidak tertentu.

Untuk membuktikan kata *garis-garis* merupakan ragam bahasa bentuk pengulangan digunakan teknik pilah unsur penentu yang dilakukan dengan memilah data yang termasuk ke dalam bentuk kata pengulangan. Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik lanjutan, yaitu teknik kontekstual. Rahardi (2009:16) menyatakan bahwa metode analisis kontekstual adalah langkah analisis yang digunakan pada data dengan mendasarkan, memperhitungkan, dan mengaitkan identitas pada konteks yang ada. Hal itu dapat dibuktikan dengan adanya konteks dari data [16]. Berdasarkan konteksnya, kata *garis-garis* digunakan ketika seorang pembeli berkomentar untuk bertanya mengenai motif baju belang-belang yang sedang di tawarkan pedagang lalu pedagang menjawab dan membenarkan bahwa baju yang sedang di tawarkannya adalah baju yang bermotif garis-garis.

Data

Nomor Kartu Data: 17
Kode Data : D17-P17-B.P
Data : Salur-Salur
Percakapan: Pembeli : “Itu belang-belang ya kak” Pedagang : “Iya, garis-garis ya, motif salur-salur begitu dia beb” [17]
Konteks Data: S: Dalam aplikasi TikTok Live Pakaian Wanita P: Partisipan dalam tuturan ini adalah pedagang dan pembeli E: Maksud tuturan pedagang yang merupakan penutur, yaitu ketika seorang pembeli yang berkomentar untuk bertanya mengenai motif baju yang sedang di tawarkan pedagang melalui TikTok Live. Kemudian, pedagang menjawab bahwa motif bajunya adalah garis-garis atau salur-salur. A: Penutur menyampaikan tuturan kepada petutur dengan tuturan “iya, garis-garis ya, motif salur-salur begitu dia beb” K: Penutur menuturkan dengan suasana santai I: Tuturan disampaikan secara lisan dengan ragam bahasa tidak resmi N: Tuturan bernada santai G: Percakapan informal

Analisis Data

Berdasarkan kartu data (17) di atas, terdapat kata *salur-salur*. Kata *salur-salur* secara morfologi dibentuk dengan cara reduplikasi pengulangan kata dasar. sebuah kata dasar diulang untuk membentuk bentuk baru yang memiliki makna berbeda, seperti memperbanyak atau menekankan suatu sifat. Kata *salur-salur* tergolong ke dalam istilah ragam bahasa perdagangan yang mengartikan bahwa *salur* adalah sebuah motif garis. Proses pembentukannya menggunakan penggunaan kata dasar secara penuh. Kata dasar *salur* menjadi “*salur-salur*” menunjukkan banyaknya *salur* atau untuk memberi penekanan pada keberadaan *salur* tersebut dalam jumlah yang lebih dari satu. Di dalam konteks data tersebut, kata *salur-salur* dapat di kategorikan sebagai ragam bahasa perdagangan karena istilah ini sering merujuk pada desain atau motif tertentu yang menjadi tren dalam pemilihan produk yang di perdagangkan.

Penggunaan kata *salur-salur* pada data [16] termasuk ke dalam ragam bahasa bentuk pengulangan, yaitu dari kata dasar *salur* yang di ulang menjadi kata *salur-salur*. Sejalan dengan analisis tersebut, Mustakim (2019:37) menyatakan bentuk pengulangan pada ragam tulis di bubuhkan dengan tanda hubung di antara unsur yang diulang dan unsur pengulangannya. Adapun makna dari *salur-salur* yang memiliki makna banyak karena kata ulang tersebut terdiri dari bentuk kata dasar *salur* yang kemudian mendapat pengulangan menjadi *salur-salur* sehingga mengandung banyak makna *salur* dan arti dari kalimat di atas yaitu pedagang memberitahu bahwa model tersebut memiliki banyak garis-garis yang jumlahnya lebih dari satu atau tidak tertentu.

Untuk membuktikan kata *salur-salur* merupakan ragam bahasa bentuk pengulangan digunakan teknik pilah unsur penentu yang dilakukan dengan memilah data yang termasuk ke dalam bentuk kata akronim dan pengulangan. Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik lanjutan, yaitu teknik kontekstual. Rahardi (2009:16) menyatakan bahwa metode analisis kontekstual adalah langkah analisis yang digunakan pada data dengan mendasarkan, memperhitungkan, dan mengaitkan identitas pada konteks yang ada. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya konteks dari data [16]. Berdasarkan konteksnya, kata *salur-salur* digunakan ketika seorang pembeli berkomentar untuk bertanya mengenai motif baju belang-belang yang sedang di tawarkan pedagang lalu pedagang menjawab dan membenarkan bahwa baju yang sedang di tawarkannya adalah baju yang bermotif *salur-salur*.

3) Faktor-faktor yang menyebabkan adanya ragam bahasa

Kridalaksana (1982:12) berpendapat bahwa ragam bahasa di tentukan oleh beberapa faktor yaitu : waktu, tempat, sosiokultural, situasi, dan medium pengungkapan.

a. Faktor waktu

Faktor waktu menimbulkan penggunaan bahasa dipengaruhi oleh kebutuhan untuk menyampaikan informasi dengan cepat, singkat, dan efisien. Seorang pedagang di TikTok Live dalam menawarkan barang dagangannya dominan menggunakan kata-kata yang dapat di ulang-ulang dan berintonasi cepat, karena keterbatasan waktu untuk membaca deskripsi produk atau penawaran. Sehingga, bahasa yang digunakan harus ringkas dan menarik perhatian dengan cepat. Dilihat dari konteks kutipan berikut yang menunjukkan bahwa faktor

waktu sangat berpengaruh dalam penggunaan ragam bahasa (1) “Flash Sale 12.12! Harga mantul, cuma 2 jam!” dapat dikategorikan faktor waktu dalam keterbatasan. Selanjutnya, faktor waktu dalam kecepatan penyampaian informasi penting secara cepat tanpa kehilangan pesan utama menggunakan ragam bahasa singkatan, akronim, atau istilah populer. Dilihat dari konteks kutipan berikut yang menunjukkan bahwa faktor waktu dalam penggunaan ragam bahasa (2) "GRATIS ONGKIR sampai jam 12 malam!" dapat dikategorikan faktor waktu dalam kecepatan penyampaian. Sekait dengan itu, faktor waktu yang mempengaruhi ragam bahasa perdagangan daring di TikTok Live yaitu pengaruh *tren real-time* Ragam bahasa sering kali disesuaikan dengan tren atau momen tertentu, seperti hari libur, event khusus, atau fenomena viral, untuk memanfaatkan perhatian pembeli. Dilihat dari konteks kutipan berikut yang menunjukkan faktor waktu dalam penggunaan ragam bahasa (3) "Rayakan Tahun Baru dengan diskon mantul hingga 70%!" dapat dikategorikan faktor waktu pengaruh *tren real-time*.

b. Faktor tempat

Faktor tempat berpengaruh terhadap penggunaan ragam bahasa perdagangan daring karena letak geografis, budaya, dan karakteristik pendengar di tempat tertentu dapat menentukan cara komunikasi penjual dengan pembeli. Dalam hal ini tempat sangat mempengaruhi ragam bahasa yang digunakan dalam promosi, deskripsi produk, dan interaksi pelanggan. Faktor tempat yang mempengaruhi ragam bahasa perdagangan daring di TikTok Live yaitu faktor pengaruh budaya lokal. Ragam bahasa perdagangan daring di TikTok Live sering mencerminkan budaya atau kebiasaan lokal di suatu daerah untuk menarik perhatian pembeli di tempat tersebut. Dilihat dari konteks kutipan berikut (1) “monggo dicek dulu” merupakan pengaruh ragam bahasa tempat budaya lokal yang terjadi dari pedagang Jawa yang menggunakan tuturan tersebut dalam mendeskripsikan produk. Selanjutnya, faktor tempat dalam aksesibilitas layanan logistik memengaruhi ragam bahasa penyampaian informasi terkait layanan pengiriman, seperti daerah jangkauan dan ongkos kirim. Dilihat dari konteks kutipan berikut (2) “COD hanya untuk area Jabodetabek.” Merupakan pengaruh tempat ragam bahasa dalam aksesibilitas layanan logistik dalam kutipan tuturan tersebut menginformasikan bahwa cod bisa dilakukan di area Jabodetabek.

c. Faktor sosiokultural

Faktor sosiokultural berpengaruh terhadap penggunaan ragam bahasa dalam perdagangan di TikTok Live karena aspek sosial dan budaya masyarakat menentukan cara berkomunikasi yang sesuai dengan nilai, norma, kebiasaan, dan preferensi pembeli. Dalam perdagangan daring di TikTok Live, faktor sosiokultural sangat membantu penjual membangun koneksi emosional, menciptakan kepercayaan, dan menarik perhatian konsumen. Dalam hal itu, faktor sosiokultural yang terjadi di dalam bahasa gaul dan tren sosial yang dipengaruhi oleh tren media sosial dan budaya populer, penggunaan ragam bahasa perdagangan faktor sosiokultural merupakan bahasa gaul atau istilah kekinian menjadi dominan untuk menarik perhatian pembeli, terutama generasi muda. Dilihat dari konteks kutipan berikut (1) “Promo mantul! Buruan cek out sebelum kehabisan!” merupakan tuturan yang menggunakan faktor sosiokultural yang berpengaruh terhadap penggunaan ragam

bahasa. Selanjutnya, faktor sosiokultural yang mempengaruhi ragam bahasa dalam nilai religius yaitu penggunaan bahasa yang mencerminkan kesopanan atau keimanan sering digunakan untuk menarik perhatian pembeli. Dilihat dari konteks kutipan berikut (2) “Bismillah, ready stok gamis terbaru. Cantik dan syar’i!” merupakan tuturan yang menggunakan faktor sosiokultural yang berpengaruh terhadap penggunaan ragam bahasa. Sekait dengan itu, faktor sosiokultural yang mempengaruhi ragam bahasa yaitu perbedaan kelas sosial disesuaikan dengan target pasar berdasarkan tingkat ekonomi atau status sosial pembeli. Untuk kelas menengah ke bawah, yang mempengaruhi ragam bahasa dalam faktor sosiokultural menggunakan gaya bahasa lebih sederhana dan menekankan harga terjangkau. Dilihat dari konteks kutipan berikut (3) “Diskon besar-besaran! Cuma 50 ribu aja!” merupakan tuturan yang mempengaruhi ragam bahasa dalam faktor sosiokultural. Sedangkan, Untuk kelas menengah ke atas, menggunakan bahasa yang lebih formal dan menekankan kualitas atau eksklusivitas. Dilihat dari konteks kutipan berikut (4) “Dapatkan produk premium dengan kualitas terbaik” merupakan tuturan yang mempengaruhi ragam bahasa perdagangan dalam faktor sosiokultural.

d. Faktor Situasi

Faktor situasi berpengaruh terhadap penggunaan ragam bahasa perdagangan daring di TikTok Live karena situasi tertentu memengaruhi cara komunikasi pedagang dengan pembeli. Situasi ini mencakup jenis produk, dan persaingan atau urgensi, Penyesuaian bahasa berdasarkan situasi memungkinkan pesan lebih efektif dan relevan untuk meningkatkan keterlibatan serta kepercayaan pembeli. Faktor situasi yang mempengaruhi ragam bahasa yaitu jenis produk. Bahasa yang digunakan berbeda tergantung pada produk yang dijual, apakah itu pakaian mewah, atau pakaian sehari-hari. Dilihat dari konteks kutipan berikut yang menunjukkan bahwa faktor situasi sangat berpengaruh dalam penggunaan ragam bahasa (1) “baju dress dengan bahan sutra asli, desain eksklusif untuk tampil elegan” dapat dikategorikan faktor situasi jenis produk pakaian mewah sedangkan (2) “baju dress dengan bahan katun, harga murah untuk tampil beda” dapat dikategorikan faktor situasi jenis produk pakaian sehari-hari yang mempengaruhi penggunaan ragam bahasa dalam faktor situasi jenis produk. Selanjutnya, faktor situasi yang mempengaruhi ragam bahasa yaitu situasi persaingan ketat atau penawaran terbatas, bahasa yang digunakan menekankan urgensi atau keunikan. Dilihat dari konteks kutipan berikut (3) “Diskon gila-gilaan! Cuma sampai jam 12 malam ini!” merupakan ragam bahasa yang mempengaruhi dalam faktor situasi.

e. Faktor Medium Pengungkapan

Faktor medium pengungkapan sangat berpengaruh terhadap penggunaan ragam bahasa dalam perdagangan daring di TikTok Live, karena setiap platform atau alat komunikasi memiliki karakteristik, aturan, dan pendengar yang berbeda. Medium ini menentukan bagaimana pesan disampaikan untuk mencapai efektivitas komunikasi yang maksimal. Pengaruh ragam bahasa dalam faktor medium pengungkapan di fitur TikTok Live. Yaitu menggunakan bahasa yang lebih gaul, singkat, dan menarik perhatian. Dilihat dari konteks kutipan berikut (1) “Lagi viral nih! Koleksi terbaru cuma di sini” merupakan faktor medium pengungkapan di fitur TikTok Live yang mempengaruhi ragam bahasa. Selanjutnya,

faktor medium pengungkapan TikTok Live menggunakan bahasa lisan yang spontan, santai, dan interaktif. Sering menggunakan ajakan langsung. Dilihat dari konteks kutipan berikut (2) “Buruan, stok terbatas banget nih! Tanya aja kalau ada yang kurang jelas” merupakan kutipan tuturan faktor medium pengungkapan TikTok Live yang mempengaruhi ragam bahasa.

f. Faktor Usia dan gender

Faktor usia dan gender memengaruhi penggunaan ragam bahasa dalam perdagangan daring di TikTok Live karena setiap kelompok usia dan gender memiliki preferensi, gaya komunikasi, dan cara memahami pesan yang berbeda. Dengan menyesuaikan ragam bahasa berdasarkan usia dan gender, komunikasi dapat menjadi lebih efektif dan menarik perhatian pembeli. Penggunaan ragam bahasa faktor usia generasi muda menggunakan dominan bahasa gaul, singkat, dan istilah populer. Dilihat dari konteks kutipan (1) “lagi hits banget! Jangan sampai ketinggalan, ya!” merupakan pengaruh penggunaan ragam bahasa di dalam perdagangan di TikTok Live faktor usia generasi muda sedangkan faktor usia generasi dewasa bahasa lebih informatif, persuasif, sederhana dan menghindari terlalu banyak istilah kekinian yang mungkin kurang dipahami. Dilihat dari konteks kutipan (2) “Diskon spesial hingga 50%, stok terbatas” merupakan pengaruh penggunaan ragam bahasa di dalam perdagangan di TikTok Live faktor usia dewasa. Selanjutnya, faktor gender pada penggunaan ragam bahasa perdagangan di TikTok Live yaitu ketika pedagang perempuan mempengaruhi ragam bahasa yang digunakan dominan menonjolkan manfaat produk, keindahan, atau kenyamanan. Dilihat dari konteks kutipan (3) “baju ini motifnya cantik ini hadir dengan bahan yang adem dan nyaman. Cocok untuk aktivitas sehari-hari!” merupakan pengaruh penggunaan ragam bahasa faktor gender.

Berdasarkan hasil analisis yang telah peneliti lakukan, peneliti ini membahas tentang ragam bahasa dalam percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live. Dari data yang dikumpulkan peneliti menemukan 32 data ragam bahasa yang diklasifikasikan berdasarkan bentuk ragam bahasa. Berdasarkan dari hasil data yang dianalisis, pembahasan data dilakukan untuk menunjukkan bentuk ragam bahasa yang terdapat dalam percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live. Data-data tersebut sudah diuji keabsahannya oleh penyidik terpilih. Data penelitian bentuk ragam bahasa dapat diperinci sebagai berikut.

1. Bentuk Akronim

Kata terbentuk dari proses pemendekan. Menurut Mustakim (2019:37) menyatakan bahwa bentuk akronim merupakan pemendekan atau ungkapan yang berupa gabungan huruf awal, gabungan suku kata, ataupun gabungan huruf awal dan suku kata yang diperlakukan sebagai kata. Dalam penelitian ini menemukan 15 data kosakata ragam bahasa yang berkategori sebagai bentuk akronim

2. Bentuk Pengulangan

Mustakim (2019:37) menyatakan Pengulangan dalam bahasa Indonesia termasuk ke pembentukan kata dalam hal ini ragam tulis dibubuhkan tanda hubung di antara unsur yang diulang dan unsur pengulangnya. Dalam penelitian ini menemukan 17 data kata ragam bahasa yang berkategori sebagai bentuk pengulangan.

Berdasarkan teori di atas, ditemukan adanya perbedaan pada hasil temuan bentuk akronim dan pengulangan menurut teori yang dinyatakan Mustakim (2019:37) dengan temuan yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menemukan 15 bentuk akronim dan 17 bentuk pengulangan.

Berdasarkan hasil analisis yang telah peneliti lakukan, penggunaan ragam bahasa dalam percakapan pedagang dan pembeli dapat dimanfaatkan oleh siswa dalam mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif, dapat membantu siswa dalam memahami cara berbicara dan menulis. Kemudian, oleh pendidik dapat dimanfaatkan untuk menciptakan lingkungan pembelajaran yang lebih relevan dan mempersiapkan siswa untuk menghadapi situasi komunikasi. Selain itu ragam bahasa perdagangan dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar pada mata pelajaran Bahasa Indonesia dalam membuat modul ajar Sekolah Menengah Pertama Atas kelas X pada teks negosiasi.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti dapat menemukan simpulan sebagai berikut :

- a. Penelitian ini memperoleh temuan bentuk ragam bahasa yang ditemukan pada percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live pada sebanyak 33 data yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut: (i) bentuk akronim sebanyak 15 data; dan (ii) bentuk pengulangan sebanyak 17 data. Data terbanyak dari penelitian ini merupakan bentuk ragam bahasa pengulangan pada percakapan pedagang dan pembeli di TikTok Live. Penutur lebih banyak menggunakan ragam bahasa bentuk pengulangan untuk memperjelas penuturan kata sehingga lebih mudah dan jelas untuk diingat oleh pembeli di TikTok Live. Salah satu contohnya ialah penggunaan kata *garis-garis* yang digunakan untuk memperjelas motif baju yang sedang ditawarkan oleh pedagang TikTok Live.
- b. Faktor yang mempengaruhi ragam bahasa perdagangan di TikTok Live adalah faktor waktu, faktor tempat, faktor sosiokultural, faktor situasi, faktor medium pengungkapan, dan faktor usia dan gender.

Hasil analisis dan temuan penelitian ini dapat diimplementasikan sebagai bahan ajar dalam pembelajaran bahasa Indonesia. Penelitian ini dapat digunakan oleh guru dalam membuat modul ajar pada peserta didik SMA kelas X semester ganjil dengan TP 3.11 yaitu menyajikan data dalam bentuk video yang memperhatikan isi, struktur dan kebahasaan teks negosiasi. Adapun contoh temuan bentuk ragam bahasa perdagangan pada penelitian ini dapat digunakan kepada peserta didik untuk menganalisis dan menuliskan hasil penggunaan pada video teks negosiasi menjadi teks negosiasi yang utuh. Hal ini dapat membantu siswa dalam memahami bagaimana bahasa dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

REFERENSI

Djajasudarma, Fatimah. 2010. *Metode Linguistik Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Inderasari, Elen, dkk. 2020. Pemakaian Register Bahasa Kru Bus Akap di Terminal Tirtonadi Surakarta. *Dialektika : Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(1): 80. DOI: <https://doi.org/10.22219/kembara.v6i1.11730>
- Mahsun. 2017. *Metode Penelitian Bahasa : Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Mustakim. 2019. *Bentuk Dan Pilihan Kata*. Jakarta: Pusat Pembinaan Bahasa Dan Sastra.
- Rosidin, Odien. 2019. *Percikan Linguistik*. Serang: Untirta Press.
- Rahardi, Kunjana. 2009. *PRAGMATIK: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: PENERBIT ERLANGGA.
- Suherlan, dan Odien Rosidin. 2009. *Ihwal Penelitian Sociolinguistik*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.